

Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk di Semarang

JACKULYN NUARISRA MIRAJ MAGHDA

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202697@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian shampo sunsilk di Semarang yang meliputi harga, promosi, citra merek dan kualitas produk. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari hasil wawancara dan kuisisioner dengan 100 responden di Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan program SPSS 16.0. Hasil dari penelitian adalah 1) Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian 2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada Adjusted R Square sebesar 0,803. Hasil ini mengandung pengertian bahwa kemampuan harga, promosi, citra merek, dan kualitas produk dalam menjelaskan keputusan pembelian adalah sebesar 80,3% ($0,803 \times 100\%$), sementara 19,7% ($100\% - 80,3\%$) keputusan pembelian dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar harga, promosi, citra merek, dan kualitas produk.

Kata Kunci : harga, promosi, citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian

The Influence of Price, Promotion, Brand Image and Product Quality toward Purchasing Decision of Sunsilk Shampoo in Semarang

JACKULYN NUARISRA MIRAJ MAGHDA

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202697@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The aim of the research is find out factors that influence of purchasing decision of Sunsilk Shampoo in Semarang that includes price, promotion, brand image, and product quality. Data used are primary data and secondary data. Primery data obtained from interview result and quesionaire with 100 responden in Semarang. The analysis used multiple linier regression with the SPSS 16.0 program. The reseach are : 1. Price has a positive and significant influence toward purchasing decision. 2. Promotion has positive and significant influence toward purchasing decision. 3. Brand image has a positive and significant influence toward purchasing decision. 4. Product quality has a positive and significant influence toward purchasing decision. The magnitude of the coefficient of determination on can be seen from Adjusted R square amount 0.803. These results contain the notion that the abiltiy of price, promotion, brand image, and product quality in explaining purchasing decision is amount 80,3% (0,803x100%). While 19,7% (100%-80,3%) of purchasing decision are explaining by factors other than the price, promotion, brand image and product quality.

Keyword : price, promotion, brand Image, product quality and purchasing decision